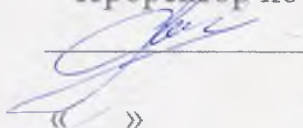


МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Учреждение образования «Витебский государственный технологический университет»

УДК
№ 20043304 госрегистрации
Инвентарный номер

«УТВЕРЖДАЮ»

Проректор по научной работе
 С.М. Литовский

« » _____ 2005 г.

ОТЧЕТ

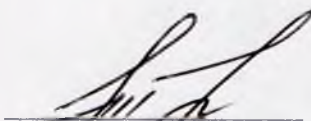
о научно-исследовательской работе

«Анализ существующих теоретических и практических подходов к оценке
эффективности коммерческой деятельности»

(II этап за 2005 г.)

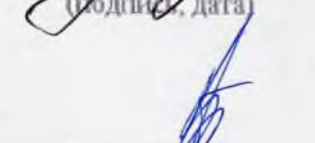
2005 –ВПД – 040

Научный руководитель


(подпись, дата)

Н.И.Прокофьева

Начальник НИСа


(подпись, дата)

С.А.Беликов

Витебск, 2005 г.

Содержание и исполнители

Введение [Прокофьева Н.Л.]

1. Сущность, теоретические основы и критерии оценки эффективности коммерческой деятельности организаций
 - 1.1. Сущность, содержание и задачи коммерческой деятельности [Яшева Г.А.]
 - 1.2. Критерии и показатели экономической эффективности [Прокофьева Н.Л.]
 - 1.3. Специфика применения критериев оценки эффективности коммерческой деятельности в зависимости от концепций менеджмента [Рипецкая Л.А.]
2. Анализ методических подходов к оценке эффективности коммерческой деятельности.
 - 2.1. Методики оценки эффективности коммерческой деятельности организаций торговли [Домбровская Е.Н., Прокофьева Н.Л., Жучкевич О.Н., Яшева Г.А., Дем О.Д., Гранова О.О.]
 - 2.2. Методики оценки эффективности коммерческой деятельности промышленных фирм [Домбровская Е.Н., Рипецкая Л.А. , Квасникова В.В., Зинчук А.В., Жучкевич О.Н.]
3. Предлагаемые методики оценки эффективности коммерческой деятельности
 - 3.1. предлагаемые концепции для оценки эффективности коммерческой деятельности
 - 3.2. для торговых организаций
 - 3.3. для промышленных фирм
4. Конкретные примеры оценки эффективности коммерческой деятельности организаций.

Введение

Важнейшим признаком рыночной экономики является преобразование рынка продавцов в рынок покупателей.

Эффективный рыночный механизм предполагает осуществление коммерческих отношений в каждом звене сложного экономического комплекса. Эти отношения имеют место не только в сфере товарного обращения, так как в условиях рынка кроме товаров и услуг продаются и деньги, и новые технологии, и продукты интеллектуального труда и другие ценности, имеющие реальную стоимость. Исходя из этого - коммерческая деятельность в широком смысле достаточно близко смыкается с понятием предпринимательство, так как и то и другое преследует одинаковую цель - «целесообразная деятельность, направленная на извлечение доходов, прибыли», - и схожую задачу - «поиск новых экономических возможностей».

Различие состоит в совокупности процессов и операций, связанных с разработкой и производством продукции, работ, услуг, созданием потребительских ценностей, имеющих цену, функционированием субъектов хозяйствования, которые являются составной частью предпринимательства и не являются объектами коммерческой деятельности.

Коммерческие отношения могут развиваться в условиях экономической свободы субъектов деловых отношений, которая предполагает владение капиталом и умение управлять финансами, коммерческим риском, ориентацию на извлечение максимально возможной прибыли при сложившихся условиях и наиболее выгодные способы ее капитализации, формирование таких бизнес-структур, которые способны приспосабливаться к меняющимся внешним и внутренним факторам при полном равноправии партнеров. Но экономическая свобода в бизнесе не означает полную независимость от интересов и действий других субъектов

рынка - государство, общественные институты, деловые партнеры и др.

Для достижения стратегических и тактических целей приемлемы компромиссы и учет существующих ограничений (нормативно-правовое законодательство, стандартизация, лицензирование, сертификация, ценовое, налоговое и кредитно-денежное регулирование).

Важнейшим признаком рыночной среды является наличие конкуренции, а особенностью современного этапа развития рыночных отношений - преобразование рынка продавцов в рынок покупателей. Создание такого рынка требует от субъектов хозяйствования в коммерческой деятельности не только учета внешних ограничений, но и глубокого изучения не только запросов, требований покупателей, но и их психологии восприятия и субъективной оценки преимуществ приобретения и владения альтернативными товарами.

А так как все субъекты хозяйствования одновременно являются и покупателями и продавцами, то содержание коммерческой деятельности постоянно расширяется, не изменяя ее экономической сути.

Владение вопросами коммерческой деятельности должно обеспечить любого предпринимателя - кем бы он ни был по специальности, какой бы вид бизнеса не осуществлял и какое служебное место ни занимал – умением сопоставлять потребности рынка с результатами собственной работы и достигать при этом коммерческого успеха. Следовательно, эффективность функционирования всей экономической системы в целом зависит от оценки последствий и стратегических и тактических решений, связанных с процессами купли-продажи.

Целью научного исследования, исходя из этого, является разработка концептуальных подходов, критериев и методов оценки эффективности коммерческой деятельности субъектов хозяйствования, осуществляющих акты купли-продажи для получения прибыли (дохода).

Литература

1. Осипова Л.В., Синяева И.М. Основы коммерческой деятельности. Практикум.- М.; Банки и биржи. Изд. объедин. «Юнити», 1997.- 215 с.
2. Сухов В.Д., Сухов Коммерсант в промышленности. М. обр. изд. центр. «Академия». 2004 г. – 223 с.
3. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятий под ред. П.П. Табурчика и др. Ростов – на Дону, «Феникс» -2002.-347с.
4. Савицкая Г.В. Анализ эффективности деятельности предприятия. методологические аспекты М. ООО «Новое знание». 2004.-159 с.
5. Рыночная экономика. Учебн. Основы бизнеса, -М.: «Соминтек», 1992.-160 с.
6. Петухов Р.М. Оценка эффективности промышленного производства. Методы и показатели.-М.: «Экономика», 1990.- 92с.
7. Нильс-Горн Ольве, Жан Рой, Маргус Веттер. Оценка эффективности деятельности компании. М.- С-петербург – Киев. Изд-во дом Вильямс – 2003 г.
8. Сафронов Н.А. Экономика организации М.: «Экономист» , - 2004. 250с.
9. Карпей Т.В. Экономика, организация и планирование промышленного производства. Мн.: Дизайн ПРО, 2004 г.